



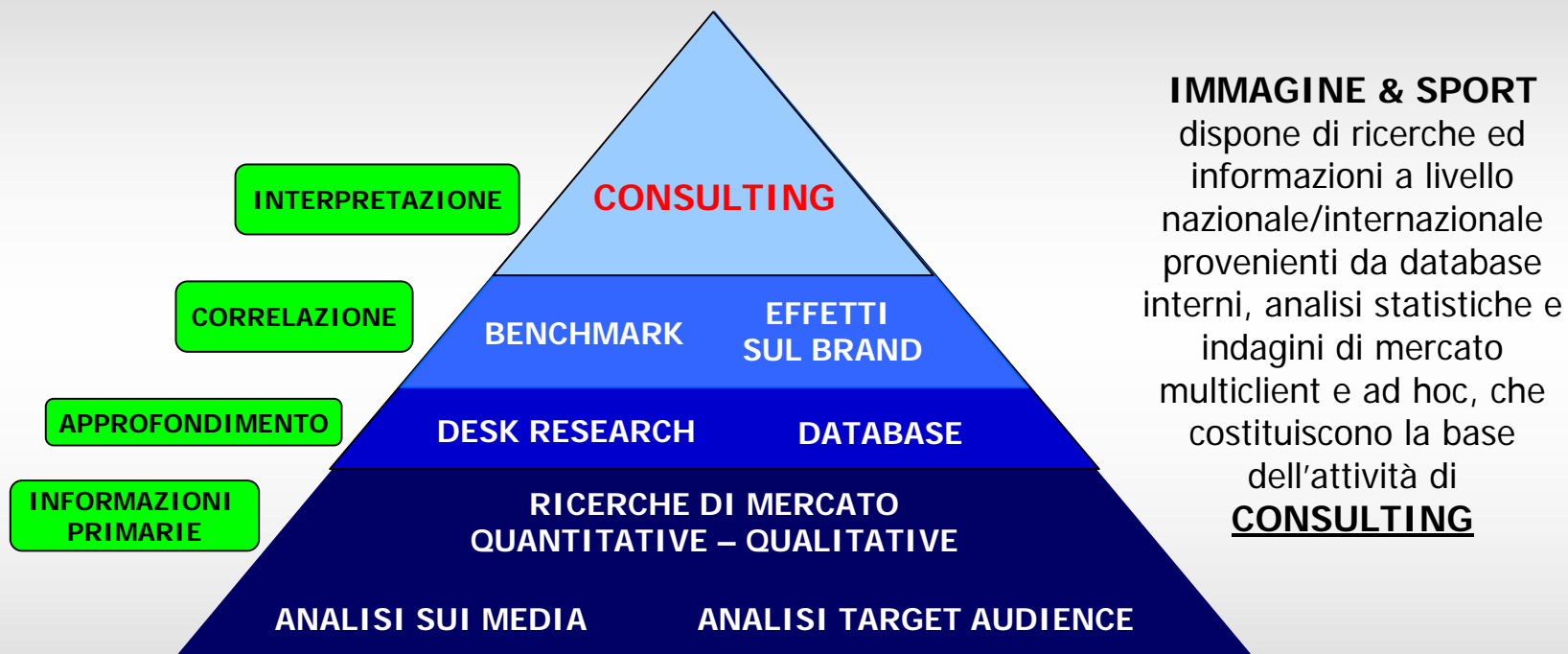
***SPORT
MARKETING
INTELLIGENCE***

**Rugby
Campionato Super 10**

Immagine & Sport

SPORT MARKETING INTELLIGENCE

**SPORT MARKETING INTELLIGENCE – AZIONI E SOLUZIONI
PER SODDISFARE I BISOGNI DEL CLIENTE**



Nelle chart seguenti sono presentati gli strumenti di Sport Marketing Intelligence a disposizione delle aziende interessate a sfruttare il potenziale comunicativo del Rugby per raggiungere il proprio target e rafforzare l'identità dei propri marchi.

CONSULTING

RICERCHE DI MERCATO QUALI-QUANTITATIVE

IL MONDO DEGLI APPASSIONATI DI RUGBY

- ❑ **Dati socio-demografici** (sesso, età, distribuzione geografica, dimensioni del centro abitato, classe socio-economica, professione svolta e livello di scolarizzazione acquisito)
- ❑ **Fruizione dello sport** (dal vivo, TV tradizionale, TV satellitare/SKY, TV Digitale Terrestre, radio, internet, stampa etc...; tipologia di avvenimenti seguiti; frequenza di fruizione)
- ❑ **Valori dello sport** (i fattori che maggiormente contribuiscono alla connotazione del profilo di immagine del Rugby)
- ❑ **Tempo libero** (attività svolte, sport praticati e frequenza e ragioni che inducono alla pratica)
- ❑ **Possesso di beni** (Internet, auto, decoder per la TV Digitale terrestre e decoder/abbonamento a SKY, carta di credito, acquisti on-line ed off-line, i-pod, Blackberry, navigatore satellitare, notebook etc...)

CONSULTING

ANALISI TARGET AUDIENCE/ANALISI SUI MEDIA

ANALISI BROADCAST DELLO SPORT E DELL'EVENTO

- ❑ Distribuzione *diritti televisivi* Rugby/Super10 e caratteristiche delle emittenti coinvolte
- ❑ Valore totale *Audience e Copertura televisiva* dello sport/evento, analizzato per tipologia di emittente
- ❑ Numerosità *Spettatori Live* evento e loro caratteristiche socio-demografiche
- ❑ *Segmentazione socio-demografica dell'Audience*

SPONSORSHIP RUGBY/SUPER10

- ❑ *Partnership esistenti* e categorie merceologiche attualmente coinvolte
- ❑ *Tipi di format* utilizzati ed entità dell'investimento medio richiesto
- ❑ *Potenzialità comunicative di ciascun format* in termini di Esposizione, Audience, Passaggi e Media Value
- ❑ *Analisi leggibilità* di ciascuna tipologia di marchio utilizzata dagli sponsor dell'evento

CONSULTING

DESK RESEARCH/DATABASE

LO SPORT E I CAMPIONATI A LIVELLO NAZIONALE/INTERNAZIONALE

- ❑ **Descrizione campionati ed eventi principali**, durata, paesi raggiunti ed altre peculiarità
- ❑ Numero di **praticanti, appassionati** e **Spettatori Live** e loro caratteristiche demografiche
- ❑ **Positioning dello sport/Campionato** in termini di valori assegnati dai fan
- ❑ **Presenza mediatica** in termini di copertura (TV Coverage ed Audience media)
- ❑ Segmentazione e caratteristiche demografiche dell'**audience**
- ❑ Distribuzione dei **diritti televisivi** e caratteristiche delle emittenti coinvolte
- ❑ **Partnership attuali, Tipologie** attivabili e **potenzialità comunicative**
- ❑ Confronto **Media Value ottenibile dalle partnership** con il relativo investimento

CONSULTING

EFFETTI SUL BRAND/BENCHMARK

ANALISI VISIBILITÀ MEDIATICA SPONSOR DEL SUPER10

- ❑ *Esposizione, Audience, Passaggi e Media Value* ottenuto dal brand su tv e stampa
- ❑ Confronto *visibilità mediatica del brand* per tipo di emittente/testata e tipo di marchio
- ❑ Verifica della *leggibilità di ciascuna tipologia di marchio* utilizzata
- ❑ *Benchmarking* performance brand sponsor

SPONSORSHIP EVENTO

- ❑ Verifica dell'*impatto sul target* della sponsorship (brand awareness, brand image, riconoscibilità sponsor dell'evento, ecc.)
- ❑ Confronto del *posizionamento dei brand sponsor* dello sport e dell'evento sulla base dei valori che secondo il target ne connotano l'immagine